

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). Depok:

PT Raja Grafindo Persada.

Atmoko, Bambang Dwi. 2012 Instagram Handbook. Jakarta: Media Kita

Handayani, Ririn. 2020 Metodologi Penelitian Sosial Yogyakarta:

Trussmedia Grafika

Herlina, V. (2019). Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan

SPSS. Jakarta: Gramedia.

Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh.

Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Kotler, P. (2019). Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.

Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). Marketing 4.0 Bergerak dari

Tradisional Ke Digital. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Saleh, Muhammad Yusuf dan Mia Said. 2019. Konsep dan Strategi Pemasaran.

Makasar: CV Sah Media.

Solis, B. (2020). Engage: The Complete Guide for Brand and Business to Build,

Cultivate, and Measure Success in the New Web. John Wiley & Sons Inc

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.

Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D.

Bandung: ALFABETA.

Suhardi. 2018. Pengantar Manajemen dan Aplikasinya. Cetakan Kesatu.

Yogyakarta: Penerbit Gava Media

Suprpto, Rifqi dan Zaky Wahyudin. 2020. Buku Ajar Manajemen Pemasaran.

Ponorogo: Myria Publisher.

Tjiptono. 2019. Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1.

Yogyakarta. Andy.

Widjaja,A.P & Wiranta,A. (2017) Ledakan Ide Bisnismu (dalam 9 Minggu).

Cet ke-1. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.

Skripsi

Adenia, Nia. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli

Konsumen Secara Offline Pada Toko Rr Stuff Di Bengkulu. IAIN
BENGKULU.

Ariesandy, Prayogi. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram

Terhadap Minat Beli Konsumen Ladyfameshop. Bandung : Universitas
Telkom.

Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM

SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Johan, et.al. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli

Konsumen Pada @Basoacicuankiaa Di Sepatan Tangerang. Matana
University.

Kamil, Hanifah Aulia. (2022). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial

Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Brand Make Over. Bandung:
Universitas Telkom.

- Larasati, Virginia. (2019). Media Sosial Instagram Berpengaruh Terhadap Minat Beli Produk Wardah. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita.
- Lavera, Anggi. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Baso Aci Akang. Bandung : Universitas Telkom.
- Maulana, Rafli Hammam. (2023), Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Kopi Kenangan. Bandung : Universitas Telkom.
- Raziqan, Rifqi. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lion Parcel Kabupaten Bandung. Bandung:Universitas Telkom.
- Tungka, Delicia et.al. Pengaruh Social Media Marketing Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia.Surabaya : Universitas Kristen Petra
- Yam, J. H. (2020). Manajemen Strategi: Konsep & Implementasi (Kedua ed.). Makasar: Nas Media Pustaka.

Jurnal

- Gunelius Susan. Minute Social Media Marketing. United States: McGraw Hill, 2011 dalam Mileva Lubiana dan Achmad Fauzi DH, “Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks menggunakan Line.” Jurnal Administrasi Bisnis 58 No. 1 (2018): 190- 199.
- McClure, C., & Seock, Y. K. (2020). The role of involvement: Investigating the

- effect of brand's social media pages on consumer purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53 (November 2019), 101975.
- Mileva, Lubiana, dan Achmad Fauzi DH. 2018. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 58(1)
- Pratama, A. (2 Mei 2020). Update 2 Mei: 10.843 Orang Positif Corona, 1.665 Sembuh. *CNBC Indonesia*. diakses pada 30 Mei 2020.
- Wimsatt, T. d. (2018). Special issue on Social Media Marketing, *Journal of Marketing Theory and Practice*. *Journal of Marketing Theory and Practice* , 1-6.